

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi Advertising & Marketing Communication  
Rizkqyan Kurnia Andhini  
44312110053

Pengaruh Celebrity Endorser Aliando Terhadap Minat Penggunaan Aplikasi BeeTalk

Jumlah halaman: X+78 halaman + lampiran

### ABSTRAKSI

Selebritis sebagai endorser merupakan cara yang dapat digunakan untuk menarik perhatian dan juga sebagai perantara dalam mengkomunikasikan pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Tentunya pemilihan *celebrity endorser* tidak dapat sembarangan, namun harus memperhatikan aspek-aspek seperti *trustworthiness*, *expertise*, *attractiveness*, *respect*, dan *similarity* (TEARS). Salah satu iklan yang menggunakan *celebrity endorser* adalah aplikasi BeeTalk. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan *celebrity endorser* Aliando terhadap minat penggunaan aplikasi BeeTalk.

Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers fans page* Alinado di Instagram. Dengan sampel berjumlah 97 responden.

Sedangkan teknis analisis data dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS.

Hasil dari penelitian ini di dapat bahwa ada pengaruh antara variabel *trustworthiness*, *respect*, dan *similarity* terhadap minat beli. Sedangkan variabel *expertise* dan *attractiveness* tidak berpengaruh pada minat beli.

Kata kunci: *Endorser*, Minat Beli